

Likes, comentarios, vistas. Un análisis de contenido de las publicaciones de Instagram de las bibliotecas académicas

Likes, comments, views. A content analysis of academic library instagram posts

Jylisa Doney, Olivia Wikle, Jessica Martinez

Information Technology and Libraries, ISSN 2163-5226, Vol. 39, n. 3, 2020

Este artículo presenta un análisis de contenido de las cuentas de Instagram de las bibliotecas académicas de once universidades. Investigaciones anteriores han examinado el uso personal, corporativo y universitario de Instagram, pero pocos estudios han utilizado esta metodología para examinar cómo las bibliotecas académicas comparten contenidos en esta plataforma y la participación generada por las diferentes categorías de publicaciones. Los resultados indican que los posts de exhibición (que destacan los recursos de la biblioteca o del campus) representaron más del 50 por ciento de las publicaciones compartidas, mientras que un porcentaje mucho menor de publicaciones reflejaba contenidos de humanización (que enfatizan la calidez o el humor) o contenidos de crowdsourcing (que fomentan los comentarios de los usuarios). Las publicaciones de crowdsourcing fueron las que generaron más likes de media, seguidas de cerca por las publicaciones de orientación (que sitúan a la biblioteca dentro de la comunidad del campus), mientras que una mayor proporción de publicaciones de crowdsourcing, en comparación con otras

categorías de publicaciones, incluían comentarios. Los resultados de este estudio indican que las bibliotecas deben tratar de crear publicaciones en Instagram que incluyan varios tipos de contenido, asegurándose al mismo tiempo de que el contenido compartido refleje sus contextos únicos en el campus. Al compartir un marco para analizar el contenido de Instagram de las bibliotecas, este artículo proporcionará a las bibliotecas las herramientas que necesitan para identificar de forma más eficaz los tipos de contenido a los que sus usuarios responden y disfrutan, así como para hacer que su marketing en redes sociales en Instagram sea más impactante.

<https://ejournals.bc.edu/index.php/ital/article/view/12211>

Traducción del resumen de la propia publicación